

Tilburg University

De vermeende kracht van het economische verhaal

van Dalen, Hendrik Peter

Published in:
De Nederlandse Boekengids

Publication date:
2020

Document Version
Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in Tilburg University Research Portal](#)

Citation for published version (APA):
van Dalen, H. P. (2020). De vermeende kracht van het economische verhaal: [Review of the book Narrative Economics: How Stories Go Viral and Drive Major Economic Events, Robert J. Schiller, 2019]. *De Nederlandse Boekengids*.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

De vermeende kracht van het economische verhaal

 Harry van Dalen

6 april 2020, verschenen in: *De Nederlandse Boekengids*, online,
<https://www.nederlandseboekengids.com/20200406-harry-van-dalen/>

Veel wetenschappers hebben de neiging om alledaagse verhalen over de economie als onzin af te doen. Volgens Nobelprijswinnaar Robert J. Shiller hebben ze echter meer effect dan tot nu toe werd verondersteld. Hoe effectief is het verhaal van Shiller zelf? Econoom [Harry van Dalen](#) oordeelt.



Robert J. Shiller, *Narrative Economics: How Stories Go Viral and Drive Major Economic Events* (Princeton University Press 2019), 400 blz.

Iedere tijd kent zijn eigen economische verhalen. Of het nu gaat om bitcoins, de achterdocht over het winststreven van het bedrijfsleven, of de beurs, op straat ontstaan opvattingen die invloed hebben op de economie. De wetenschap heeft de neiging om deze straatpraat als flauwekul af te doen en in plaats daarvan wat gedoceerd wordt aan de universiteit als onwrikbare waarheid te zien. John Maynard Keynes gaf economen ooit het nodige zelfvertrouwen met een beroemd citaat:

“De ideeën van economen en politiek filosofen, of ze nu juist zijn of niet, zijn veel krachtiger dan veelal wordt gedacht. De beleidsman in de praktijk die denkt dat hij vrij is van enige intellectuele invloed, is veelal de slaaf van een overleden econoom.”

Robert Shiller, die de Nobelprijs won voor zijn werk over de irrationaliteit van financiële markten, is een bewonderaar van Keynes, maar gooit op dit punt het roer radicaal om. In zijn nieuwste boek, *Narrative Economics: How Stories Go Viral and Drive Major Economic Events*, beweert hij dat de ideeën die al in de samenleving

heersen – dus niet die van economen – veel krachtiger zijn dan we vaak denken. Het gaat Shiller om economische ideeën in de vorm van verhalen die we elkaar vertellen en hoe die ideeën zich verspreiden. Door verhalen centraal te stellen, stoot hij zowel dode als levende economen van hun troon.

Verhalen als kracht

De opbouw van zijn boek is veelbelovend en valt uiteen in vier delen. In het eerste deel vertelt hij wat hem inspireerde tot het idee van narratieve economie. Hij traceert allerlei verhalen die in de economie de ronde doen en legt uit waarom sommige viral gaan, terwijl andere een stille dood sterven. Vervolgens zet hij in het tweede deel uiteen hoe we narratieve economie van een stevig wetenschappelijk fundament kunnen voorzien en oorzaak en gevolg uit elkaar kunnen houden. Shiller demonstreert dat nieuwe verhalen economische gebeurtenissen veroorzaken, en andersom. Hoewel de economie geen wetenschap is die perfect gecontroleerde experimenten kan uitvoeren, is het volgens hem wel mogelijk om causaliteit af te leiden omdat er 'natuurlijke experimenten' plaatsvinden waar een econoom niks voor hoeft te doen. Het natuurlijke ontstaan van deze nieuwe verhalen, ook als die gebaseerd zijn op 'fake news', toont hoe ze de gang van de economie bepalen.

Shiller demonstreert dat nieuwe verhalen economische gebeurtenissen veroorzaken, en andersom.

In het derde deel geeft hij in tien hoofdstukken voorbeelden van verhalen die keer op keer weer terugkeren in het gesprek van alledag. In zware tijden voeren verhalen over de deugd van spaarzaamheid de boventoon, terwijl in goede tijden smijten met geld juist goed is en schulden maken helemaal niet erg. Een ander voorbeeld zijn de angstaanjagende verhalen over de impact van nieuwe technologieën op de arbeidsmarkt: automatisering zou alle banen kunnen vernietigen. En dan zijn er nog verhalen over de conjunctuur op de huizenmarkt, met de eeuwige vraag wanneer het verstandig is om een huis te kopen. De overeenkomst van deze verhalen is dat ze effect hebben: ze leiden tot actie of reactie. Shiller laat zien dat de kern van de verhalen constant blijft, maar dat ze telkens veranderen van vorm en daardoor weer net zo aanstekelijk kunnen werken als een eeuw geleden. Als een ware epidemie kunnen verhalen een samenleving in hun greep krijgen. In het vierde deel van zijn boek denkt Shiller na over toekomstige verhalen en het soort onderzoek dat noodzakelijk is om van narratieve economie een serieus onderzoeksterrein te maken.

De proef op de som nemen

Dat laatste deel is geen overbodige luxe. Het idee van narratieve economie is weliswaar fris en veelbelovend, maar schreeuwt om onderzoek. Het gebrek daaraan is wat *Narrative Economics* zo teleurstellend maakt. De eerste helft van het boek is zorgvuldig opgebouwd en mondt uit in een aantal stellingen die getoetst kunnen

worden, waardoor de lezer in de tweede helft echt bewijsmateriaal verwacht – zeker als je weet dat Shiller in 2017 als president van de *American Economic Association* al precies dezelfde ideeën had. Op dat moment had hij nog geen daadwerkelijk onderzoek gedaan, een belofte die hij met dit boek leek in te gaan lossen. De ondertitel van het boek – hoe verhalen viral gaan en belangrijke economische gebeurtenissen bepalen – suggereert ook dat dat het geval is.

“Dat idee van narratieve economie is weliswaar fris en veelbelovend, maar schreeuwt om onderzoek. Het gebrek daaraan is wat Narrative Economics zo teleurstellend maakt.”

Shiller illustreert inderdaad uitgebreid hoe onder doorsnee Amerikaanse burgers economische verhalen de ronde doen, maar de toetsing ontbreekt geheel. De diepgang varieert nogal per hoofdstuk, waardoor ik wenste dat Shiller zich wat meer had beperkt tot een paar doorwrochte verhalen. In veel gevallen valt hij terug op Amerikaanse voorbeelden, waar het sterker was geweest als hij een goede mondiale casus had gekozen om te laten zien hoe een economisch verhaal zich verspreidt over de wereld en welk effect het heeft. Daarnaast illustreert Shiller de verhalen met tijdreeksen over hoe vaak een term of een begrip in twee eeuwen wordt genoemd in boeken of kranten, plaatjes die eigenlijk iedereen wel thuis met Google Ngram Viewer kan maken. Leuk als amuse, maar niet als hoofdgerecht.

“Maar wie zijn bewijsmateriaal goed bekijkt, zal het boek terzijde leggen en wachten op het echte werk.”

In plaats daarvan zou je meer raffinement verwachten. Een analyse van verhalen die zich van mond tot mond verspreiden vergen op zijn minst een sociale netwerkanalyse. Complexiteitstheorie en -modellen zouden hier wellicht uitkomst hebben kunnen bieden: hierdoor zouden nuances over de verspreiding en het effect van economische verhalen – dat bijvoorbeeld niet een hele maatschappij over een onderwerp hoeft te praten om effect te hebben, maar vooral een centrale of elitaire groep het gesprek bepaalt – beter uit de verf komen. Het belang van elites in de economie of rolmodellen voor de verspreiding van verhalen zou hiermee mooi geïllustreerd kunnen worden. Of het zou kunnen laten zien of en hoe groepen die in hun eigen bubbel leven ook steeds meer hun eigen economische verhaal creëren. Shillers conclusies over consumptiegedrag en spaarzaamheid zullen misschien een openbaring voor zijn *finance*-collega's zijn, maar de eerste beste socioloog had een directer en beter verhaal kunnen vertellen, door de werking van bijvoorbeeld sociale normen te introduceren.

Narrative Economics is een boek dat verschillend zal worden gelezen. Lezers op zoek naar de *next big thing* zullen dit boek baanbrekend vinden. En laten we wel wezen, het idee is prikkelend, leuk en goed: Shiller weet met veel schwing zijn materiaal te verkopen. Maar wie zijn bewijsmateriaal goed bekijkt, zal het boek terzijde leggen en

wachten op het echte werk. Het bewijs dat economische verhalen een merkbaar en meetbaar effect hebben op bijvoorbeeld de arbeidsmarkt, de beurs of het dagelijks leven wordt niet gepresenteerd. Het blijft bij een reeks van plausibele verhalen, maar daarvoor had hij dit hele boek niet hoeven optuigen. Deze teleurstellende conclusie onderkent Shiller in het slothoofdstuk ook met enige omslachtigheid. Het echte onderzoekswerk moet nog verricht worden. Daarmee is dit boek een product van ongeduld.